

الاعلام والتوازن الاجتماعي

الدكتور : زكي الجابر

الرياض

1406 هـ - 1986 م

الفصل الأول

الاعلام والتوازن الاجتماعي *

أولا : تمهيد :

تستهدف هذه الورقة تقديم بعض الاجتهادات في مجال الاعلام ودوره في تناسق التوازن الاجتماعي بالتعرف على مسارات الاتصال وتقديم عدد من الآراء في أسباب فشل الحملات الاعلامية وصولا الى تحقيق النجاح الاعلامي في معركة الوجود التي تخوضها الأمة حفاظا على قيمها وتراثها وتحقيقا لطموحها في الحياة الآمنة الكريمة.

ثانيا : نظريات في التوازن الاجتماعي :

في الدراسة التي عقدها فرانك هاراري FRANK HARARY لدراسة الموقف في الشرق الأوسط عام ١٩٥٦م تعديل لنظرية هيدر HEIDER المعروفة بنظرية التوازن وصولا الى تصور حول كيفية مشاركة الدول من خارج المنطقة وداخلها في خلق حالة التوازن^(١) وعلى أساس هذا التطبيق، من الممكن توظيف هذه النظرية المعدلة ضمن اطار الاجتهاد الذي يذهب الى أن وظيفة الصراع في خلق التكامل تتمثل في توازن القوى ضمن منطقة الشرق الأوسط^(٢). هذا التوازن يمكن تمثله في علاقات الايجاب بين الأقطار العربية والعلاقات السلبية بين العرب وخصومهم.

ان نظرية هيدر التي تم تطبيقها في المختبرات السيكلوجية هي ضرب من التنظير في حقل الاتساق الادراكي المبني على افتراضات نفسية اجتماعية حول السلوك المتبادل بين الأشخاص. تذهب النظرية الى القول بأن علاقات المودة بين شخصين (أ و ب)

★ اعداد : د. زكي الجابر - مدير ادارة الاعلام - المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم - تونس.

- 1 - Frank Harary, «Structural Analysis of the Situation in the Middle East in 1956, » J. of Communication, (June, 1976) PP. 167 - 178.
- 2 - Louis Cantori and Steven Spiegel, «The Analysis of Regional International Politics: the Integration Versus the Empirical System Approach,» International Organization, 7(Autumn 1973),

يمكن أن تؤثر عليها علاقات أي منها بكيان ثالث هو (ج) وتم تقييم (ج) بأنه (سيء) فالعلاقة بين أ، ب، ج في حالة عدم التوازن، وهنا يحدث ضغط لجلب الحالة الى التوازن، وهذا الضغط قد يغير العلاقات بين (ب و ج) أو (أ، ج) أو (ب و أ)، وبالأساس، فإن العلاقة بين العناصر الثلاثة تعتمد على العلاقات بين الكيانات الثلاثة في حالة توازن حينما تكون العلاقات الثلاث موجبة أو اثنتان منهما سالبتين وواحدة موجبة.^(١) وقد عرض كارترايت وهاراري CARTWROGJT & HARARY.... (١٩٦٣) نموذج هيدر في بناء نموذج نظري من خطوط بيانية يمكن تطبيقه على عدد غير محدد من الكيانات. ففي الوقت الذي اتجهت فيه نظرية هيدر الى البناء الادراكي للفرد، فانه من الممكن توظيف نظرية الخط البياني لوصف تجمعات من مختلف الأنماط مثل شبكات الاتصال والدول ومنظومات القوة. وترى النظرية ان حالة التوازن تتوفر اذا امكن تقسيم البناء الى مجموعتين، بعلاقات سلبية بين عناصر المجموعتين وعلاقات موجبة بين عناصر ذات المجموعة. واذا لم يتوفر هذا البناء، فان عناصر أية مجموعة تعاني التوتر، وحينما تكون العلاقات بين عناصر اية مجموعة ايجابية، فان أي عنصر ضمنها يميل الى اظهار سلوك تكاملي مع المجموعة.^(٢)

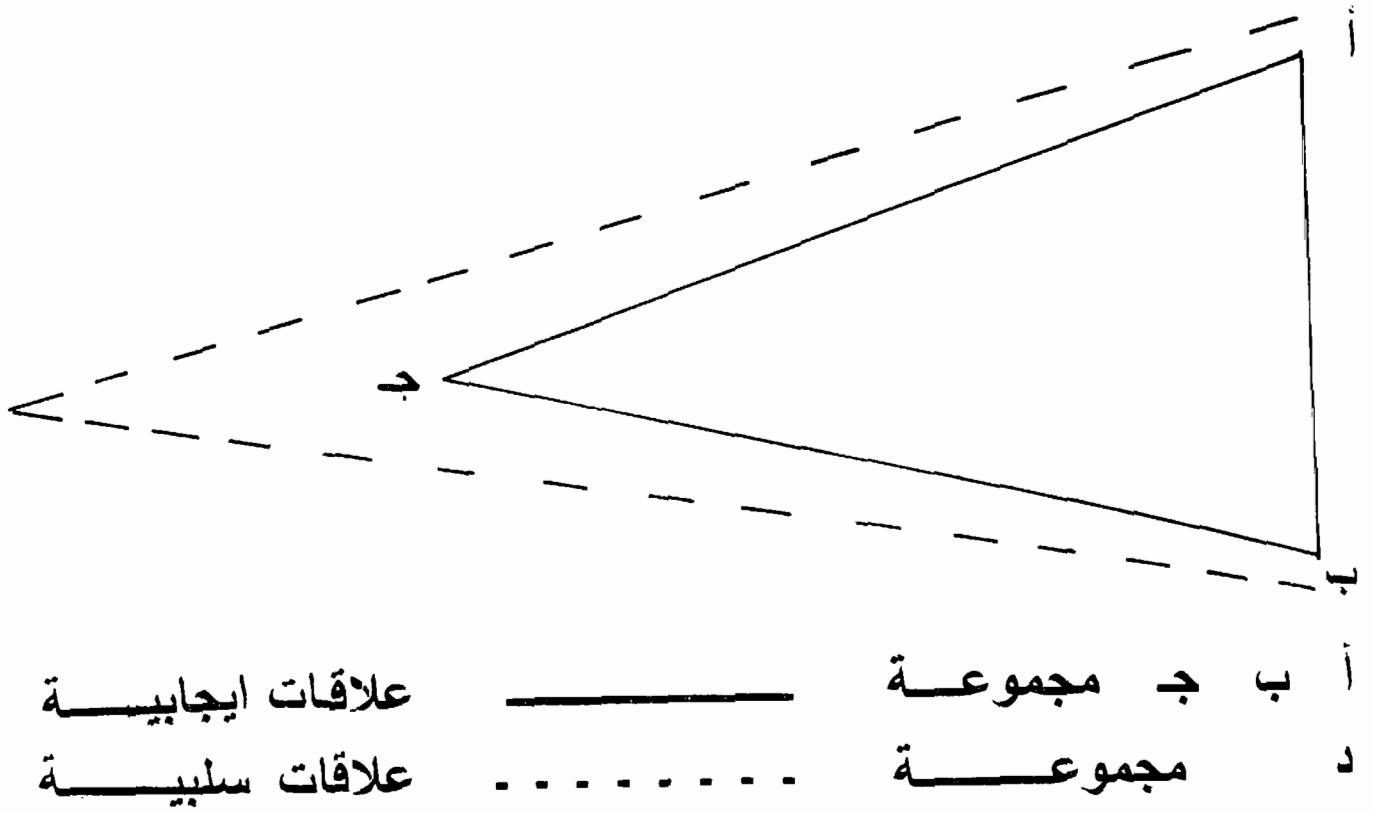
وفي ضوء هذه النظرية فانه من الممكن مثلا رؤية خط بياني يرمز الى النسق في الشرق الأوسط، ينقسم الخط الى مجموعتين بينهما خطوط سالبة : العدو - الاعلام المضاد والأقطار العربية، ويفترض أن ثمة علاقات موجبة بين الأقطار العربية نشأت وتطورت

1 Fritz Heider «Attitude and Cognitive Organization,» J of Psychology, 21, (January 1946), PP, 107 12.

كذلك: M. Newcomb, «An Approach to the Study of Communication acts.» Psychological Review, 60 (Nov 1953) PP, 393 404.

2 Frank Harary, «Structural Analysis of the Situation in the Middle East» Robert K. Leik and Barbara F Meeker, Mathematical Sociology : كذلك (New Jersey: Prentice-Hall, 1975), P. 60.

عبر التاريخ وأن هذه العلاقات متغيرة مع تفاوت كمية الصراع بين هذه الأقطار والعدو وألوان اعلامه المضاد.



ترجع الجذور الاجتماعية لتصور مساهمة العلاقات السلبية مثل التهديد والضغط من (الخارجين) على ضمّ الناس سوية الى ما أورده دركهايم ... DURKHEIM في مؤلفه الكلاسيكي الانتحار SUICIDE حين أشار الى أن التكامل INTEGRATION قد استعمل للإشارة الى الدرجة التي تتكامل وتتوجه فيها ذات الفرد مع المجموعة بدلا من التوجه الى ذاته فقط. وقد أرجع دركهايم تقلص نسب الانتحار في الأحداث الكبيرة مثل الثورات السياسية والحروب الى ازدياد التكامل بين الأفراد في هذه الأوقات^(١)، وفي هذا الاطار، ذهب كل من سيمل SIMMEL (١٦٥٥)، وكوسر COSER ... (١٦٥٦) الى اعتبار صراع المجموعة مع الآخرين عاملا موحدا يساهم في تأكيد هوية المجموعة.^(٢)

1 - Georges Simmel, Conflict :Trans. Kurt W Wlff (Illinois the Free Press, 1975), and Lewis A. Coser, the Function of Social Conflict, (Illinois; the Free Press, 1964).

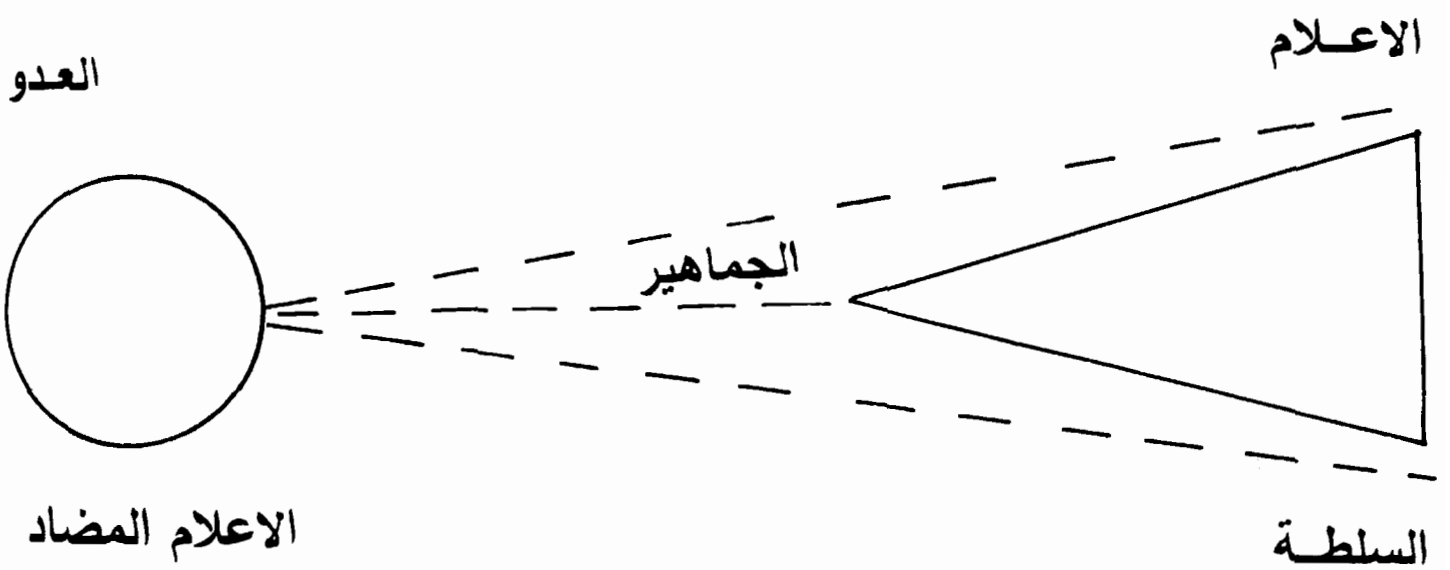
انظر أيضا: Karl Deutsch, Nationalism and Its Alternatives, (New York: Alfred A. Knopf, 1969), P.3

2 B. Berelson and Gary A. Steiner Human Behavior Harcourt Brace and World. N.Y 1961, P. 56.

وفي حقل الدراسات النفسية الاجتماعية ذهبت العديد من الدراسات الى القول بأن الضغط المتزايد يجعل عناصر المجموعة تميل الى اظهار مواقف تكاملية، وأن هذه الخلاصة لتتفق مع نظرة الفرد الاعتيادي الى أن الكوارث تؤدي الى ضعف التناحر والانقسام بين المجموعات الرياضية، والأسر، والمدن، والأمم.

ثالثاً: التطبيق :

ان تطبيقاً لهذا الاطار النظري يدفع الى تصور لموقف الاعلام في الأزمات وارتباطه مع السلطة وقواها الأمنية وال جماهير في نسق متلاحم ديناميكي لمواجهة التحدي الذي يفرضه العدو والقوى الخارجية الطامعة.



على أن وضع عملية التلاحم هذه يقودنا الى وضع تصور الى ما يمكن أن يستثمره العدو من أجل الوصول الى خلق حالة اللاتوازن داخل المجموعة أي عن طريق تهشيم أحد خطوط العلاقات الايجابية داخل المجموعة، وعلى صعيد الساحة العربية يمكن تصور المنافذ الآتية:

- ١ - الثنائية المتمثلة في مسألة الفصل بين الفكر - القول والواقع - أسلوب الحياة، وقد تجسدت هذه الثنائية من باب التمثل في احتقار العمل اليدوي واحترامه، واستصغار دور المرأة واكباره.

٢ - تعزيز صورة المجتمع الموازيك المتنافر : ثقافات مختلفة متعارضة وحضارات تهيم عليها بشكل غير مشروع حضارة عربية اسلامية هي في حد ذاتها مقتبسة عن حضارات أكثر تطوراً وعراقاً !!

٣ - تبني المشروع الغربي للتنمية المتمثل في أن التخلف هو طبع الانسان في البلد النامي، وأنه أي التخلف ليس حصيلة استغلال القوى الخارجية، ويتمثل المشروع الغربي كذلك في تكثيف رأس المال الأجنبي عن طريق القروض والمساعدات الخارجية المسيسة واستيراد التكنولوجيا بكل قيمها السلعية الاستهلاكية.

٤ - اقامة مجتمع الاستهلاك المعتمد على ما تصدره الدول المصنعة من مواد وبضائع وكماليات، والترويج لاستهلاك مبتعد عن الترشيد بما تبثه أجهزة الاعلام عن طريق الاعلان المباشر أو غير المباشر المتجسد في تقليد الحياة الغربية.

ويبدو أن المسارات التي يسلكها الاعلام المضاد بكل أشكاله تأخذ أنماطاً متعددة ضمن شبكة تتكون من ستة عشر خطأ من خطوط الاتصال تمتد بين أربعة أركان هي :-

١ - الحكومة

٢ - المؤسسات غير الحكومية.

٣ - الفرد.

٤ - الثقافة.

وكمثال على ذلك فهناك خط اتصال يمتد من الحكومة يأخذ الشكل الآتي :

أ - بين حكومة . أ . وحكومة . ب .

ب - بين حكومة . أ . ومؤسسة غير حكومية في . ب .

ج - بين حكومة . أ . وفرد في . ب .

د - بين حكومة . أ . وثقافة . ب .

وكمثال ثان :

- ١ - بين فرد في . أ . وحكومة . ب .
- ٢ - بين فرد في . أ . ومؤسسة غير حكومية في . ب .
- ٣ - بين فرد في . أ . وفرد في . ب .
- ٤ - بين فرد في . أ . وثقافة . ب .

وكمثال ثالث :

- ١ - بين مؤسسة غير حكومية في . أ . وحكومة . ب .
- ٢ - بين مؤسسة غير حكومية في . أ . ومؤسسة غير حكومية في . ب .
- ٣ - بين مؤسسة غير حكومية في . أ . وفرد في . ب .
- ٤ - بين مؤسسة غير حكومية في . أ . وثقافة . ب .

وفي الأقطار النامية التي تفتح أبوابها للعالم مستقبلة رياح الاعلام الخارجي الذي يأتي من الدول المصنعة في وقت تكون فيه أجهزة الثقافة والاعلام الوطنية لا تملك الانتاج الوفير خبرا وثقافة وتسلية يظل أمرا ممكنا الى أن تتحقق بشكل أو بآخر معظم أنماط الاتصالات التي سلف ذكرها وعليه فان الحفاظ على استمرارية العمل من أجل المجتمع المتوازن المتميز بالحيوية والفاعلية ليس بالأمر السهل، كما أن تعبئة المواطنين وتوعيتهم لتحقيق طموحاتهم في الحياة الكريمة يحتاج الى مزيد من الجهد في التنظيم أولا، والاعلام ثانيا.

واذا ما ابتعدنا عن تركيز الجهد في مجال الاقناع بسبب من الانصراف عنه عمليا ونظريا في هذه الأيام على الأقل، وأكدنا على أن مهمة الاعلام تتركز في بناء مفكرة المواطن أو (أجندته) عن طريق ابراز بعض الموضوعات وحذف البعض الآخر فان التساؤل الذي يتردد هو لماذا فشلت هذه الحملة أو تلك مع أنها تحمل الوفير من المعلومات، وقد بذل لاعدادها والانفاق عليها غير القليل من الجهد والمال ؟

أسباب فشل الحملات الاعلامية :

في محاولة للإجابة عن هذا التساؤل اجتهد هيربرت هايمس وبول سيشلي من الباحثين في السياسة والاجتماع وذهبا الى القول بأن فشل حملات المعلومات يرجع الى عوائق سيكولوجية أكثر منه الى عوائق مادية.

فمن أجل زيادة معرفة الجمهور بموضوع ليس مهما فقط تقديم المعلومات بل أيضا تعرض الجمهور لها واستيعابها. ومن أجل تحقيق جانبي التعرض والاستيعاب ينبغي أن تكون الخصائص والسيكولوجية للفرد موضع الاعتبار، أن توافر عدد من الناس الذين لا يعلمون الا القليل بالرغم من كثرة المعلومات المعروضة يحتم التعرف على أسباب ضعف الرغبة لدى هؤلاء، وبما يؤدي الى معرفة السبل الكفيلة بالتوصل اليهم ومن هذه الأسباب :

١ - أن الناس عموما يبحثون عن معلومات تنسجم ومواقفهم المسبقة.

٢ - أن الناس يختلفون في تفسير المعلومات غير المختلفة.

٣ - أن المعلومات لا تؤدي بالضرورة الى تغيير المواقف.

وقد أورد (دورين كارتر ايت) مجموعة من الشروط لتكييف البنية الفكرية للأفراد عن طريق توظيف وسائل الاتصال الجماهيرية لتحقيق الغرض المنشود، ومن الممكن تلخيص هذه الشروط فيما يأتي :

١ - أن الرسالة (معلومات وأخبار ..) يجب أن تصل الى الأعضاء الحسية للأشخاص المستهدفين.

٢ - يختار مجمل الموقف من المثير أو يرفض على أسس من الانطباعات حول الخصائص العامة لذلك الموقف (تسلية، أخبار، اعلانات ..).

- ٣ - لتحديد مجمل الموقف، يوظف الشخص معايير تجنح الى ابعاده عن التغيير غير المرغوب (غير المتفق مع بنيته الفكرية).
- ٤ - حينما يتسلم الشخص الرسالة فانه يرفضها أو يقبلها استنادا الى معايير أكثر اتساعا من المعايير التي تظهر بها تلك الرسالة.
- ٥ - حينما لا تتفق الرسالة مع البنية الفكرية السائدة عند الشخص فانها : (أ) ترفض (ب) تحرف من أجل قبولها (ج) تحدث تغييرا في البنية الفكرية.
- ٦ - من أجل اتخاذ قرار عن طريق الاقناع بوسائل الاتصال الجماهيرية فان الشخص يرى في العمل طريقا لتحقيق هدف معين لديه.
- ٧ - ان الشخص لا يرى في العمل طريقا لتحقيق هدف معين لديه الا اذا انسجم مع بنيته الفكرية الشاملة.
- ٨ - اذا لم يكن العمل مؤديا الى هدف مرغوب أو مؤديا الى هدف غير مرغوب فيه فليس ثمة أمل كبير بتنفيذه.
- ٩ - كلما ازداد عدد الأهداف التي يمكن نيلها عن طريق واحد فثمة احتمالات أكثر لاتباع الشخص هذا الطريق.
- ١٠ - قد لا ينفذ العمل المؤدي الى هدف مرغوب اذا كان ثمة ما يشير الى صعوبة الوصول او لغلاء السعر أو توفر عمل مرغوب فيه يؤدي الى الهدف ذاته.
- ١١ - لدى التحرك الى عمل معين، ينبغي ان يكون النسق الادراكي والعاطفي للفرد منسجما مع سلوك الشخص في نقطة معينة من الزمن.
- ١٢ - كلما كان طريق العمل للهدف محددا زاد الاحتمال بتمكين البنية الادراكية والعاطفية من التوجه نحوه.
- ١٣ - قد تتمكن البنية الفكرية من توجيه السلوك في الوقت الذي يكون فيه الشخص بين موقفين : خذ أو لا تأخذ.

وقد تكون ثمة محاولات أخرى للإجابة على التساؤل الذي طرحته هذه المقالة عند الاستهلال، ولكن قد يكون في كل ما سلف ضرب من الإجابة لمن يلح في التساؤل ويطلب الجواب العاجل .. وتبقى نظرية بناء مفكرة المواطن أو (أجندته) قائمة، فالاعلام قد لا ينجح في تحقيق (بماذا يفكر المواطن) بل (فيما يفكر حوله على الأقل).

ومن هنا يبدو أمرا مهما أن نضع في مركز الاهتمامات ما يأتي :-

كيفية خلق رأي عام مستنير :

أولا: تحديد مدى تعرض المواطنين، ومدى أكتراثهم بالدعاية القادمة من الداخل أو الخارج.

ثانيا: معرفة الوزن النوعي لأجهزة الاعلام الوطنية في تقديم الأخبار المحلية والعالمية للمواطنين.

ثالثا: تحديد جملة العوامل النفسية الاجتماعية المؤثرة على (جماهيرية) برامج الاعلام الوطني^(١).

والتعامل الذكي مع أجهزة الاعلام أمر تفرضه حساسية الرأي العام خلال الأحداث الهامة التي قد تؤدي أحيانا الى تحويله من طرف الى آخر :

- فالرأي العام يتقرر ويأخذ شكله بقوة الأحداث أكثر من قوة القول.

- والتعليم والتثقيف من العوامل المساعدة على تكوين الرأي العام الصلب، وان مشاركة الجماهير في صنع القرارات عامل فعال في الدفاع عنها وتبنيها^(٢).

١ - Karl Deutsch, **Nationalism and Its Alternatives**, (New York: Alfred A. Knopf, 1969) P 3.

٢ - B. Berelson and Gary A. Steiner ... **Human Behavior**. Harcourt Brace and World. N.Y 1961, P 56.

الاعلام الناجح :

ولكي تكون وسائل الاتصال الجماهيرية، جماهيرية حقاً لا بد أن تجد الجماهير فيها، وضمن اطار العمل الجماعي صغر حجمه أم كبر، منطلقا الى الهدف الذي ينبغي :-

- ١ - أن يكون في مركز البؤرة من الرؤية صافيا واضحا، وطالما مررنا بأشياء ولكننا في ساعة ما من الاختبار والتذكر نجد أنفسنا غير محيطين واقعا بتلك الأشياء. إن الهدف بحد ذاته يشكل دليل عمل يحتكم اليه في تحديد الخطوات والمراجعة وتقويم المسار.
 - ٢ - ألا يكون ثمة تناقض أو تصور لتناقض بين الهدف وما تطمح اليه الجماهير فالحرية مثلا، انما تقوم لمصلحة الجماهير وكرامتها وحريتها وخيرها، ومثل ذلك يمكن أن يقال عما يتصل بالحرية من أهداف.
 - ٣ - ألا يكون هناك تناقض بين الوسائل الموظفة لتحقيق هذا الهدف، وإن التنسيق بين الوسائل من صحافة واذاعة وتلفزة ووسائل اعلام تقليدية ينبغي أن يكون مستمرا وفاعلا.
- وأخيرا فإن الأجهزة الاعلامية لن تستطيع العمل على تحقيق التوازن، ومن ثم الوصول الى الهدف الكبير المتمثل في تعبئة الجماهير مالم توظف الموارد الفكرية والمادية التي تمكنها من العمل الناجح.